

СОГЛАСОВАНО:

Председатель профкома

А.Ю. Разгоняева Разгоняева А.Ю.

«14» января 2014г.

Утверждаю:

Директор ГБПОУ «Алексеевское
профессиональное училище»

Е.А. Киселев Е.А. Киселев

«14» января 2014г.

ПОЛОЖЕНИЕ О маркетинговой службе ГБПОУ «Алексеевского профессионального училища»

1. ОБЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ.

1.1. Маркетинговая служба (далее Служба), является структурным подразделением ГБПОУ «Алексеевского профессионального училища».

1.2. В своей деятельности Служба руководствуется Уставом ГБПОУ «Алексеевского профессионального училища», настоящим Положением.

1.3. Положение о Службе, изменения и дополнения к нему, структура и штаты утверждаются директором ГБПОУ «Алексеевского профессионального училища» по согласованию с министерством сельского хозяйства и продовольствия Самарской области.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ.

2.1. Основной целью Службы выступает обеспечение полного и эффективного удовлетворения потребностей заказчиков образовательных услуг (населения и работодателей) через:

- а) определение тенденций развития местных рынков труда;
- б) создание спроса на образовательные услуги ГБПОУ «Алексеевского профессионального училища» (продвижение на рынке образовательных услуг).

2.2. Основными задачами Службы являются анализ, планирование, реализация, контроль и оценка мероприятий, направленных на формирования и удовлетворение образовательных потребностей граждан и работодателей.

3. ОСНОВНЫ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ.

3.1. Анализ рынка образовательных услуг в системе профессионального образования (маркетинг образовательных услуг).

- > Выявление потребностей и мотивации потребителей образовательных услуг;
- > Обобщение полученных в ходе анализа данных и выработки на этой основе предложений по перспективам развития образовательных услуг ГБПОУ «Алексеевского профессионального училища», путей и условий их реализации;
- > Прогнозирование объема спроса на образовательные услуги;
- > Передача накопленных данных структурным подразделениям и координация их деятельности в области расширения образовательных услуг;

- > Формирование политики сбыта образовательных услуг (планирование, исходя из требований рынка и своих возможностей, оценка потенциального потребителя, выявление партнёров по сотрудничеству и конкурентов, определение методов выхода на потребителя, презентации товара и услуг);
- > Взаимодействие с научными, учебно-методическими и образовательными учреждениями системы профессионального образования с целью взаимного обогащения научной и методической информацией.

3.2. Анализ местного рынка труда (маркетинг рынка труда):

- > Организация исследования местного рынка профессионального труда, динамики профессий и специальностей;
- > Составление прогнозов востребованного кадрового обеспечения программ экономического развития территории (города, района);
- > Установление тесных связей с работодателями потенциальными заказчиками для определения их требований к выпускнику ГБПОУ «Алексеевского профессионального училища»